

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK KESESUAIAN HARGA  
INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AIR MINERAL DALAM KEMASAN (AMDK)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat  
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh:**

**NOVIARI SETIANI**

**B 100 140 273**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2018**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102  
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: [Ums@ums.ac.id](mailto:Ums@ums.ac.id)

---

### **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Ihwan Susila, SE, M. Si, P.hD

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK KESESUAIAN HARGA  
INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL DALAM KEMASAN (AMDK)**

Oleh :

NOVIARI SETIANI  
B100 140 273

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 07 Juli 2018

Pembimbing

**Ihwan Susila, SE, M. Si, P.hD**

## PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK KESESUAIAN HARGA  
INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPURUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL DALAM KEMASAN (AMDK)**

Yang ditulis oleh :

Nama : NOVIARI SETIANI

NIM : B 100 140 273

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 07 Juli 2018

Pembimbing

(Ihwan Susila, SE, M. Si, P.hD)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Syamsudin, SE., M.Si)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NOVIARI SETIANI**  
NIRM : **B 100 140 273**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK  
KESESUAIAN HARGA INTENSITAS PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL DALAM KEMASAN (AMDK)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 07 Juli 2018

Yang Membuat Pernyataan,

**Noviari Setiani**

## MOTTO

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum  
hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”  
(Q.S. Ar-Ra’d: 11)*

*“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati,  
padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya,  
jika kamu orang-orang yang beriman.”  
(Q.S. Al-Imran: 139)*

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”  
(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)*

*Yang tak pernah bisa kembali adalah waktu dan yang paling sulit dilawan  
adalah malas. Semua hanya akan berakhir pada penyesalan*

*Kegagalan bukan saat yang tepat untuk terpuruk lalu tumbang  
Melainkan waktu terbaik untuk bangkit dan berkembang*

*“Dan janganlah kamu berputus asa daripada rahmat Allah.  
Sesungguhnya tiada berputus asa daripada rahmat  
Allah melainkan orang-orang yang kufur.”  
(Q.S. Yusuf: 87)*

## PERSEMBAHAN



Sembah sujud serta puji dan syukur-Mu Allah SWT, taburan cinta, kasih, rahman dan hidayat-Mu telah memberikanku kekuatan, kesehatan dan semangat pantang menyerah dan memberkatiku dengan ilmu pengetahuan serca cinta yang pasti ada disetiap umat-Mu atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Sholaat serta salam selalu ku limpahkan keharibaan Rasulullah SAW. Seraya memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta ibu dan bapak yang telah memberikan kasih sayang yang tiada terhingga dan selalu mendoakan dalam segala hal untuk memperoleh yang terbaik.
2. Untuk Adi Setiawan adik saya tercinta terimakasih sudah memberikan kasih sayang dan pembelajaran hidup.
3. Seluruh keluarga yang selalu memberikan bantuan dan dukungan serta kasih sayang juga doanya.
4. Untuk teman dekat Dwi, Reni, Kintan, Erni, Vivi, Putri, Dian, Desi, Febri yang selalu memberikan semangat, bantuan dan selalu memberikan kebahagiaan hingga terselesaikannya karya sederhana ini.
5. Teman-teman dari awal kuliah sampai sekarang yang selalu membantu dan memberikan semangat serta motivasi Nanda, Risma, Betik serta masih banyak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kesesuaian harga, intensitas promosi terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK). Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan pertimbangan perusahaan dalam mengembangkan kualitas produk, persaingan harga dan efektivitas promosi untuk membetuk keputusan pembelian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen AMDK. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 129 responden, dengan menggunakan *Non-probability sampling*, sedangkan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, dalam pengumpulan data dengan menyebar kuisioner secara personal dan menggunakan google form. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument, uji ketepatan model, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kesesuaian harga, dan intensitas promosi berpengaruh secara positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK).

Kata kunci : kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of product quality, price appropriateness, promotion intensity of purchasing decision of Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK). The results of this study are expected to be considered by the company in developing the product quality, price competition and promotion effectiveness to make the buying decision. method of collecting data by using kuisoner. This research is a quantitative research. Population used in this research is all consumer of AMDK. The number of samples used in this study as many as 129 respondents, using Non-probability sampling, while sampling technique is purposive sampling, in the data collection by spreading the questionnaire personally and using google form. The analysis used in this research is instrument test, model accuracy test, and hypothesis test. The results of this study indicate that product quality, price adjustment, and promotion intensity have positive and significant influence directly to the decision of AMDK.

Keywords: product quality, price, promotion, purchase decision.



## KATA PENGANTAR



Assalamuallaikum. wr. Wb

Puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam yang tercurahkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW. Berkat rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK KESESUAIAN HARGA INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN (AMDK)”**, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammdiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE. M.Si, Ph.D selaku ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Ihwan Susila, SE, M.Si, P.hD selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan manajemen yang telah memberikan ilmu kepada mahasiswa.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan spiritual, moril maupun materi, nasehat dan tidak bosan untuk selalu mendoakan untuk mencapai kesuksesan.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin.

PENULIS

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO. ....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN. ....	vi
ABSTRAK. ....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR. ....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR. ....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang. ....	1
B. Rumusan Masalah. ....	12
C. Tujuan Penelitian. ....	13
D. Manfaat Penelitian. ....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. LANDASAN TEORI. ....	14
1. Keputusan Pembelian.Konsumen .....	14
2. Kualitas Produk.....	19

3. Kesesuaian Harga.....	25
4. Promosi. ....	32
B. Hubungan Antar Variabel. ....	37
1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. ....	37
2. Hubungan Antara Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
3. Hubungan Antara Promosi dengan Keputusan Pembelian. ....	39
C. Penelitian Terdahulu. ....	40
D. Kerangka Pemikiran.....	41
E. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Definisi Operasional Dan Variabel Penelitian .....	46
C. Jenis Dan Sumber Data .....	48
D. Populasi Dan Sampel .....	49
E. Metode Pengumpulan Data .....	52
F. Metode Analisis Data .....	53
1. Analisis Deskriptif Responden .....	53
2. Uji Instrumen .....	53
3. Uji Ketepatan Model .....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	58
A. Sejarah Singkat Objek Penelitian.....	58
B. Profil Responden.....	61

C. Deskripsi Persepsi Responden .....	64
D. Analisis Data .....	69
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	69
2. Uji Ketepatan Model .....	72
3. Uji Hipotesis .....	73
E. Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan .....	81
B. Keterbatasan Penelitian .....	82
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN .....	87

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1,4 Penelitian Terdahulu .....	41
Table 2.1 Definisi Operasional .....	47
Table 4.1 Jenis Kelamin.....	61
Table 4.2 Usia Responden.....	62
Table 4.3 Pekerjaan Responden .....	63
Table 4.4 Air Mineral yang Sering Dibeli .....	63
Table 4.5 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk .....	65
Table 4.6 Tanggapan Responden Variabel Kesesuaian harga .....	66
Table 4.7 Tanggapan Responden Variabel Intensitas Promosi.....	67
Table 4.8 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	69
Table 4.9 Uji Validitas .....	70
Table 4.10 Uji Reliabilitas .....	71
Table 4.11 Hasil Koefisien Determinasi .....	72
Table 4.12 Uji F .....	73
Table 4.13 Uji Hipotesis .....	74

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	42